キャッチコピー300選

1. ワンランク上の〇〇
【差別化】 現状に満足していない方やより上位を求める方へのアプローチ。
他の商品との差別化を暗に意味することができる。
「シンプルチャートでワンランク上の問題解決」
「プロが教えるワンランク上のメイク術」
「達人たちが使うワンランク上のiphoneアプリ」

2. 〇〇に関する7つのルール
【数字】 数字を入れるだけでも人を引きつけることができる。
使う数字は、7±2(5～9)の範囲に収めるとよい。
(5～9の要素ならば記憶に留まりやすい)

『3』はマジックナンバーと呼ばれ説得力があり、
読み手にとっても受け取りやすい数字です。

「あなたのパソコンを快適にする7つの秘策」
「痩せるためのダイエット7つのルール」
「稼ぐために絶対に必要な3つの法則」

「ルール」を別の言葉に置き換えることもできる。

原則、法則、方法、流儀、習慣、パターン、黄金律、
原理、セオリー、コツ、鉄則、ポイント、極意、秘密、
秘策、秘訣、やり方、手段、ノウハウ、テクニック、注意点

---

3. 無料●●は受け取りましたか？
【無料】 【無料】は、色あせることのないキャッチな切り口。
お客さんに喜んでもらえ、次の商品につながる、無料オファーは？
完全版の【無料プレゼント】は受け取りましたか？

4. 〇〇をしたときに必ずすること
【初心者】 初心者さんやはじめたばかりの方は不安を抱えています。
「まず、何をするかを知りたい」という欲求への解決策。
「パソコンを買ったときに必ずするべき3つの設定」
「痩せられないときに必ずするべきこと」
「できる男が名刺交換をした後に必ずしていること」

5. ●●を減らしながら〇〇を増やす
【逆のこと】 ●●には嫌なこと、避けたいこと。
〇〇にはうれしいこと、手にしたいこと。
「通話料を減らしながら通話時間を増やすには？」
「食費を減らしながらセレブ気分を楽しもう」
「仕事時間を減らしながら収入を増やす」

6. 毎日を〇〇にする
毎日幸せ もし、毎日できたら飛びあがって喜びそうなことは？
「毎日をちょっと楽しくするメルマガ」
「毎日を誕生日にする幸せ術」
「毎日を休日にする仕事術」

7. あなたの想像を超える〇〇
最上級の形容詞。
想像を超えるためには想像しなければならない
「あなたの想像を超えるハンバーガー」
「今まで観たことがないようなラブストーリー」
「あなたの想像をはるかに超えるノウハウ」

8. なぜ、〇〇はハマるのか？

「なぜ」は魔法の言葉。
問いかけられると人は自動的に考え始める。

「なぜ、このスマホアプリはハマるのか？」
「この曲はなぜ女性を虜にするのか？」
「なぜ、このノウハウはお客を魅了するのか？」

9. 〇〇円プレゼント

直接的なベネフィット（メリット）をズバッと伝える。
使い古されてはいるが効果は高い。

「携帯乗り換えで10000円プレゼントさせてもらいます」
「痩せれないあなたに1000円プレゼント」
「5000円プレゼントします。」

10. ベスト・オブ・〇〇

〇〇にはあなたの商品などのカテゴリを入れる。
ベストであると言えるカテゴリを探そう。

「ベスト・オブ・アプリ」
「ベスト・オブ・楽しくダイエット」
「ベスト・オブ・社員が泣いたイベント」

11. 人生で大切なことはすべて〇〇で学んだ

あなたの体験を強烈に伝えることができる。
「〇〇」と「学ぶこと」の距離が遠いほど、読み手の興味を惹く。

「人生で必要なことはすべてワンピースから学んだ」
「ダイエットの成功はすべて朝5分の習慣で決まった」
「ビジネスで必要なことはすべて夢から学んだ」

12. あなたがなぜ●●できないのか？

あなたがお勧めしたい〇〇の習得法などがあるなら、
どうしてできないかに焦点を絞って考えてもらおう。
考え始めたら答えを知らずにはいられない。

「あなたがなぜ英語ができないのか？」
「あなただけがなぜダイエット出来ないのか？」
「あなたがなぜ残業を減らせないのか？」

13. 〇〇してみませんか？

直接、提案・お誘いをする。
実は非常に効果的だが、遠慮からあまり使われない。

「子どもの頃からの夢を叶えてみませんか？」
「すぐに痩せてみませんか？」
「そろそろ売上を2倍にしませんか？」

14. 効率的な〇〇の探し方

人は楽をしたい生き物。
効率化とは、「楽をすること」である。

「効率的なトレーニングのやり方」
「もっと効率的なダイエット」
「効率化で嫌な仕事とさようなら」

15. 〇〇がついに復活！

なぜか、復活されると欲しくなる。

「ピンクレディーのあの名曲がぞくぞく復活！」
「レコーディングダイエットがDSで復活」
「ブログブーム再来」

16. 〇〇 VS ●●

対比をすることでどちらも際立つ。

「禁煙 VS 禁酒　どちらが成功する？」
「食べる VS 食べない　どっちが痩せたか」
「MBA VS 商店街の親父　壮絶バトル」

17. ○○をたった１日で身につける

驚くほどの短期間で達成できることをアピール。
常識を覆す短期間で出来るかを考えてみよう。

「ヒットを生み出すキャッチコピーを10分で生み出す」
「ホントに痩せる方法を毎日たった5分で実現するには？」
「10年間の文章メソッドを3時間で身につける」

18. ○○のネタばらしをします

マジックで一番知りたいことはネタばらし。
ネタが分からない○○ほど効果的。

「iphoneが大ヒットした秘密のネタを教えます」
「○○（有名人）が激やせ、ネタばらしします。」
「売上２倍。今日はそのネタばらしをしましょう。」

19. 記憶喪失になっても忘れていはいけない○○

絶対に覚えてほしいことを強調できる。

「記憶喪失になっても忘れられない恋愛」
「記憶喪失になっても思い出したいレシピ」
「記憶喪失になっても忘れちゃいけないビジネス3原則」

20. 最新の○○が届きました。

人は最新のものに弱い。
特に、常に先をいきたいアーリーアダプターを訴求できる。

「アメリカ最新の大ヒットテレビドラマ」
「最先端のダイエットノウハウ」
「最新のWEBマーケティングがついに日本上陸」

21. ●●するだけで○○になる

●●には簡単にできそうだと感じること。
○○には読み手のベネフィット（メリット）

「毎日絵を描くだけで天才になる」
「朝、1粒飲むだけでダイエットができる」
「あるワードを入れるだけで売れる」

22. ご質問いただきました。

穴埋めではないですが。。意外に開封率が高い。
質問にお答えするときにはシンプルに使える。

「アプリについてご質問いただきました」
「ダイエットの質問にお答えします」
「商品のご質問いただきました」

23. 典型的にダメな○○

ダメなことは、意外に知りたいもの。
あなたの商品カテゴリに関心のある方が、
潜在的に不安を感じているダメなことはなんですか？

「典型的にダメな子育て」
「典型的にダイエットに失敗する人」
「典型的に売れないキャッチコピー」

24. ○○の不都合な真実

映画のタイトルを思い出させる。
インテリジェンスな方に響くコピー。

「都会で働く女性の不都合な真実」
「実際に痩せた人の不都合な真実」
「ある上場企業の不都合な真実」

25. ○○ランキング

ランキングには普遍的な人気があります。
ちょっと変わったランキングの仕方を
考えると面白いアイデアが浮かぶ。

「悪そうだけど性根は優しそうな芸能人ランキング」
「ヒットはしたけど、ぜんぜん痩せなかったランキング」
「今年一番失敗した大企業の戦略ランキング」

26. 今月もやります！人気の○○

好評だったことを暗に伝える。
人から評価されたものが手に入るチャンスを演出。

「今年もやります！昨年一瞬で売り切れた福袋」
「今月もやります！減量トーナメント」
「今月も継続！大割引キャンペーン」

27. 幻の○○

「幻」には強烈なインパクトがあります。よね。

「幻の地酒を入荷しました。」
「マリリンモンローが愛用！幻の香水」
「ウォール街を席巻した幻のトレーディングノウハウ」

28. ●●と○○と□□

3つ並べてみるとなんだか納得感があります。
マジックナンバー3の魔力。

「部屋とYシャツと私」
「イケメンとイクメンとイケダン」
「夢と目標と成功」

29. ○○に危機感を抱いているあなたへ

あなたの顧客が抱える○○（不安、怒り、悩み）に
フォーカスしてターゲットを絞り込む。

「将来に漠然と危機感を抱いているあなたへ」
「1年後のスタイルに危機感を持つあなたへ」
「日本の財政に危機感を抱くあなたへ」

30. 美しすぎる○○

形容詞を一気に強めることで○○の価値を高める。
簡単に応用できるので使いやすい。

「オモシロすぎるオンラインゲーム」
「痩せすぎるダイエット」
「美しすぎるビジネスモデル」

31. 人生を変えるかもしれない○○

人生を変えるキッカケを探している人はたくさんいる。
「○○が人生を変えるとは思えない」ほど、
訴求する力は強くなる。

「人生を変えるかもしれない便座」
「人生を変えるかもしれないダイエット」
「世界を変えるかもしれないマーケティング」

32. ○○の情報はすでにキャッチしていますか？

知らないと乗り遅れそうな気持ちは、
向上心のある方を動かします。

「最新アプリの情報はすでにキャッチしていますか？」
「最新美肌の情報はすでにご存じですか？」
「Facebookのあの情報はすでに知っていますか？」

33. 門外不出の○○

今まで人目に触れることのなかった有効な手段は、
人の興味をそそる。
隠されれば隠されるほど知りたくなるのが人の性。
「門外不出のメタボ対策」
「門外不出の美肌レシピ」
「今まで門外不出だったビジネスノウハウ」

34. ●●に左右されないためには？
無意識に影響を受けてしまうと考えられている○○を
ヒョイッと超えてしまうようなアイデア。
「人の評価に左右されないためには？」
「気分に左右されないダイエット」
「景気に左右されないビジネス」

35. ○○できない本当の原因
表面的な理解や方法では解決できない事が
増えているこの時代に新しい提案をしてみよう。
「月末、お財布が寂しくなる本当の原因」
「やせられない本当の原因」
「儲からない本当の原因はこれです」

36. 脱○○
抜け出したいことが明確な場合は、
「脱」という一文字がインパクトを増す。
「脱無駄遣い」
「脱・肥満」
「脱売り込み営業」

37. ○○はおまかせ
強みを強調することで魅力を増す。
何でもできる＝何もできない。
ニッチを狙うことがより効果的。
「シンクの汚れ落としはお任せください」
「足やせなら当社にお任せ！」
「シャッター通りの盛り上げならおまかせ」

38. とにかく○○がすごい！
とにかく自信があれば、テンションで押し切れます。
こう言える商品があれば最高。
「とにかくこのマッコリがすごい！」
「とにかく美肌ゼリーがすごい！」
「とにかくこの本が売れてます！」

39. ●●を出し続ける理由
継続は人の信頼を得るひとつのバロメータ。
ロングランをイメージしてもらえれば信頼を勝ち取れる。
「有機野菜を作り続ける理由」
「健康体操をやり続ける理由」
「このビジネスをやり続ける理由」

40. ○○について一緒に考えませんか？
話題性のある魅力的な○○であれば、
共感してくれる仲間が集まってくる。
ソーシャル時代、こういった「呼びかけ力」は
とても重要性を増している。
「夢について一緒に考えませんか？」
「痩せる目的を一緒に考えませんか？」
「最新のビジネスモデルを一緒に研究しませんか？」

41. 30代からの〇〇

ターゲットが明確な場合は、絞り込みのフレーズを入れると効果的。
女性・男性、主婦、サラリーマン、年代など。

「キン肉マンが好きな方の読書術」
「40代から始める食べるダイエット」
「サラリーマンを超えるサラリーマン」

42. ●●に先手を打つ

これから来るリスクに前もって対処する。
リスクがやがてくることを予見できればシェアを獲得できる。

「消費税アップに先手を打つ」
「皮下脂肪に先手を打つ」
「顧客離れに先手を打つ」

43. ●●をおためし下さい

無料オファーやサンプルなど、商品やサービスを
利用してもらえれば、よさを分かってもらえる自信が
ある場合は、素直にお願いしてみましょう。

「基礎化粧品サンプルをお試しください！」
「お腹のたるみには最新ウォーキングをお試しください」
「効率化にこのソフトをお試しください」

44. ●●の落とし穴

何も知らないと陥ってしまう罠を事前に伝える。
〇〇があまり考えずに普通に使っているものであるほど、
興味を持ってもらえる。

「流行色の落とし穴」
「食事制限ダイエットの落とし穴」
「知らなかったではすまないFacebookの落とし穴」

45. 〇〇は●●のあとで

●●は〇〇をするための前提となる。
前提となることで人はイメージし始める。

「謎解きはディナーのあとで」
「ダイエットはオシャレのあとで」
「セールスをランチの後にしていませんか？」

46. 後悔しないための〇〇選び

誰でも後悔はしたくないもの。
〇〇が高額なものであるほどその気持ちは高まる。

「後悔しないための生命保険選び」
「後悔しないための子どもの学校選び」
「後悔しないためのビジネスパートナー選び」

47. 〇〇するときに参考になるまとめ

効果的に活用するための解説：
情報が溢れている現代には、
それをまとめるだけでも価値が生まれる。

「ブログをはじめる時に参考になるまとめ記事」
「恋を成就させた人たちの体験談をまとめました」
「起業を考える人のためのおまとめ情報」

48. 〇〇を人より早く手に入れる

人との比較はどうしてもしてしまうもの。

「これからくるiphoneアプリを人より早く手に入れる」
「海外セレブのお気に入りを隣の奥さんより早く手にする」
「最新ビジネスノウハウを誰よりも早く活用する」

49. 〇〇のデメリットは？

あえてデメリットを伝えよう。
それによりよい部分が引き立つ。
また、デメリットを伝えることで信頼が生まれる。
「安くて高性能PCでもひとつデメリットがあります」
「痩せた後に起こる小さなデメリット」
「会員制ビジネスの唯一のデメリットとは？」

50. 知らないと損する〇〇
誰でも損はしたくない。
むしろ、得をするより損をしたくない。
「知らないと損する医療保険」
「知らないと損するネット通販のコツ」
「知らないと損する売上を上げるWEBの使い方」

51. もっともっと、いい〇〇
シンプルに強調する。
〇〇がありきたりであるほど、効果的。
「もっとずっと、いいスマートフォン」
「もっともっと、痩せるダイエット」
「もっとずっと、稼げるビジネスモデル」

52. 〇〇、新発見
新しい発見は、いくつになってもワクワクします。
些細な新発見を探してみるとアイデアやヒントが見つかる
「スマホアプリ、新発見」
「痩せるツボ、新発見！」
「売上をアップする挨拶、新発見」

53. みんなの〇〇
懐かしい雰囲気が共感を生む。
馴染みのある〇〇がより共感を深める。
「みんなのヒット曲」
「みんな大好きな家庭レシピ」
「みんないいねの文章術」

54. 〇〇といえば、●●
アピールしたい●●に対して、読み手が関心がある〇〇を
関連付けることで、興味を喚起できる。
「一番の節約といえば、生命保険」
「ダイエットといえば、これでしょ」
「売上アップといえば、キャッチコピー」

55. 最優先するべき〇〇
忙しい現代。手っ取り早く最優先を知れることは、
それだけで価値を生み出す。
「最優先で読むべき新聞」
「最優先するべき食事制限とは？」
「最優先するべきタスクをご存知ですか」

56. 〇〇のことなら
一点を強調することで信頼と強みを売り出す。
「何でもできる」＝「なにもできない」。
「おいしいトマトのことなら」
「本当に痩せるダイエットのことなら」
「売上アップするポップのことなら」

57. 〇〇だけど、●●
〇〇という弱点を伝えて、●●をより強調する。
「メリットとデメリット」や「強みと弱み」を

考えることは新しい視点を生み出す。
「シンプルだけど面白いRPG」
「昔流行ったけど、今こそ見直すべき酵素」
「退屈だけど、稼げる」

58. さぁ、○○へ
人は誘われたいもの。
一緒に味わいたい世界へお誘いしてみよう。
「さぁ、通販の快適生活へ」
「ほら、そろそろオシャレを始めよう」
「さぁ、赤字のない経営へ」

59. うわさの○○
うわさって、いつの時代も気になるもの。
あなたの周りで思わずうわさになりそうなものは？
「うわさのアンドロイドアプリ」
「うわさのダイエットサプリ」
「ダントツの売上企業でうわさの会計ソフト」

60. ●● or ○○
二者択一。
究極の選択を迫られると無意識にどちらかを選択する。
「ジリ貧　or　暇リッチ」
「一生デブ　or　すらっとモテる」
「WINWIN　or　NO DEAL」

61. ○○にもほどがある
強調を強めたい商品特徴などがある場合に有効。
あなたの商品で「ほどがある」といえる特徴は？
「品切れするにもほどがあるスマホ」
「激やせダイエット！簡単にもほどがある」
「安すぎるにもほどがありませんか？」

62. 手元に置いておきたい○○
愛着を表現しながら、優しくアピールできる。
信頼と継続を同時に伝えることができる。
「手元に置いておきたい物語」
「いつも枕元に置いておきたい目覚まし時計」
「営業先で手元に置いておきたいノウハウ」

63. ○○から何を学べますか？
○○の存在は前提とし、そこから何が学べるかを
投げかけることで、○○への興味が増す。
「今話題のアレから何を学べますか？」
「巻くだけダイエットから何を学べますか？」
「赤字経営から何を学べますか？」

64. ○○の知られざる秘密・・・
秘密は知りたい。変わることのない人間の心理。
○○が話題であるほど訴求力は高い。
「ジョブスの知られざる秘密・・・」
「トマトダイエットの知られざる秘密・・・」
「ipadの知られざる秘密の使い方・・・」

65. ○○からの脱却
あまりに日常化していて気付かないマイナス面に
光を当てると、隠れた需要が浮かび上がってくる。
「寂しい一人暮らしからの脱却」
「決して痩せないダイエットからの脱却」

「安売り競争からの脱却」

66. 〇〇の弱点

自分の商品の弱点をあえて伝える。
弱点を遥かに超える強みがあれば、弱点さえも売りになる。

「私のヒット商品の弱点」
「気付いていなかった当社の化粧品の弱点」
「インターネットビジネスの弱点」

67. 〇〇×●●

掛け合わせると化学反応が起こるもの。
〇〇と●●が関係ない時ほどパワーが生まれる。

「iphone×アナログ」
「ダイエット×食べすぎ＝？？？」
「遊び×ビジネス＝最高の人生」

68. 魔法の〇〇

みんな魔法にかかりたい。かけてほしい。
不思議な言葉：魔法

「なんでもおいしくなる魔法のスパイス」
「魔法のダイエットレシピ」
「人を動かす魔法の文章術」

69. 全ての〇〇を過去にする

時間軸をコピーに入れながら、暗に最先端を表現する。
また、今までで最高といったニュアンスも含まれる。

「全てのRPGを過去にする」
「これを知ったら全てのダイエットはを過去のものになる」
「すべてのビジネスモデルを過去にするインパクト」

70. くやしいけど、〇〇が好き

嫉妬するくらいの関心を表現できる。
理論的には認めたくないけど、感情的には大好き。
それほどの魅力があることが伝わる。

「くやしいけど、スマホが好き」
「くやしいけど、夢に生きる男性が好き」
「悔しいけど、よく出来ているビジネス」

71. 〇〇の合理的な考え方

忙しい現代において合理化はひとつの重要なスキル。
あなたが当たり前にやっていることが
誰かにとって合理的なスキルかもしれません。

「携帯の通話料金を減らす合理的な考え方」
「食べるダイエットの合理的な考え方」
「打ち合せを時短する合理的な考え方」

72. 間違いだらけの〇〇選び

一般的に認識されていることにも間違いはたくさんある。
正しい知識を分かりやすく伝えると喜ばれる。

「間違いだらけの花粉症対策」
「間違いだらけのダイエットサプリ選び」
「間違いだらけのメール配信

73. 癖になる〇〇

癖になるほど大好きになってしまう魅力。
それほどのモノはぜひ聞いてみたくなる。

「癖になるファミレスメニュー」
「癖になる野菜料理」
「売れすぎて、癖になる販促チラシ」

74. ○○ガイド

多くの人は指示されたいという欲求を持っている。
ガイドがあることで安心して進むことができる。

「引っ越しガイド」
「健康に痩せるためのガイド」
「ビジネスメール、12のガイドライン」

75. ●●は○○が一番大事

一番大事な勘所を伝える。
●●が大きな市場（ライバルが多い）ほど、
○○でニッチに切り込める。

「休日のストレス解消に早起きが一番大事」
「手料理には、お酢が一番大切」
「会社の成長には人づくりが一番大事」

76. ○○の反逆

反逆には、ドラマがある。
ドラマの物語に人は惹きつけられる。

「アンドロイドの反逆」
「昔は男性に見向きもされなかった私の小さな逆襲」
「サラリーマンの反逆」

77. ○○はあなたを強くする

変化にはきっかけがある。
成長の後に訪れる変化が魅力的であればあるほど、
○○（きっかけ）にも関心が集まる。

「最愛はあなたを強くする」
「キレイを目指すことですでに綺麗になっている」
「どん底が会社スタッフをエリートにする」

78. ○○宣言

思いきって決めたことを宣言してみる。
その潔さにファンが増える。

「毎日が特売価格宣言」
「決めた！今日から綺麗になってやる宣言」
「宣誓。バーゲンで売りつくします」

79. 基礎から学べる○○

○○に難しい印象があるほど、
基礎から学びたい需要は高くなる。

「基礎から学べる英会話」
「基礎から学べるアンチエイジング」
「基礎から学べる経営学」

80. ご存知ですか？○○なことを。

きっと知らないことを投げかけてみる。
思わず、「なになに？」と聞きたくなること。

「ご存知ですか？電気代を半分にできることを」
「ねぇ知ってる？イカには心臓が3つあるんだよ？」
「ご存知ですか？社長が何もしない方が売上が上がるなことを」

81. 魂が震える○○

震えるほど情熱を込めた商品が扱えたら幸せ。
あなたにとって魂が震えるのは、どこですか？いつですか？

「魂が震える伝説の二人がユニット結成」
「魂が震える美肌旅行」
「じーんっと魂が震える顧客サービス」

82. ごきげんな〇〇

思わず鼻歌を歌ってしまうようなごきげんさ。
イヤなことも吹き飛ばす、ごきげんなことって？

「ごきげんなヒットソング」
「気ままで、ごきげんなダイエット」
「ごきげんな経費削減」

83. 転ばぬ先の〇〇

損を避けられるのであれば知っておきたいのが人情。
潜在的な危険があるほど、お役立ち情報にもなる。

「転ばぬ先の防災グッズ」
「転ばぬ先のメタボ対策」
「転ばぬ先のロスカット」

ダン・ケネディ1. ●●だと言われたことありますか？
（今までずっと●●だと言われてきませんでしたか？）

権威者を追い払い、書き手（あなた自身）を、話を聞くべき
信頼できそうな新しい権威者として登場させる

関節痛とは、一生付き合っていかなくてはならないと言われたことがあり

ダン・ケネディ2. ●●は私を笑っていました。

思い知らせてやりたいという根源的な気持ちを刺激する
自分のことをわらったりした人に「そっちが間違えている」と
言ってやりたい

夫はカイロプラクターに電話した私のことを笑っていました。私の頭痛がやむまで
アムウェイで石鹸を売っていた私を笑っていた元同僚の警察官に中指を突き上

ダン・ケネディ3. ●●のために

「一般的」な部分から「ニッチ」な部分に焦点をあてることで、自分の「ため」と感

デスパレートな妻たちのために、無料で痛みを鎮めます！
時間がないお父さんのために、
IT、スマホ、PCが苦手なお父さんのために、
マスコミに疑問を感じているお父さんのために、
学校教育に違和感を感じるお父さんのために、
子どもと接する時間をもっととりたいお父さんのために、
仕事、家族、健康のバランスよく

ダン・ケネディ4. ついに———●●の解決法

絶望を感じ、無益に割、あきらめて不幸を受け入れてきたけれど・・・
でも待って！私たちみんながこんなに長い間逃げてきた答えが今ここに！

ついに———腰と首の痛みの解決法が見つかった！

84. 〇〇の新常識

今まで当たり前であればあるほど効果的。
成熟した市場で新しい価値を生み出す。

「生命保険の新常識」
「食べるダイエットの新常識」
「リクルートスーツの新常識」

85. 子ども心をくすぐる〇〇

子ども時代に戻れる時間は貴重です。
子どもだったら・・・と時には空想を膨らませてみよう。
新しい発見があるかもしれない。

「あなたの子ども心をくすぐるブリキのおもちゃ」
「子ども心をくすぐる懐かしい冒険物語」
「子ども心をくすぐるトレーニングジム」

86. プロだけが知っている〇〇

特定の人だけが知っている情報を暴露。
あなたの当たり前は、誰かの宝になるかもしれない。

「プロだけが知っている秘密のレシピ」
「モデルだけが知っている足を細く見せる方法」
「TOP1%だけが知っている秘密のビジネスモデル」

87. 地元で評判の〇〇

ニッチで攻めるなら強力。
地元での評判が輪を広げ全国区に広がっていく。

「地元で評判の飲まない居酒屋さん」
「地元で評判のベジタブルレストラン」
「地元で評判のリピート性89%のビジネスとは？」

88. 胸をキュンとさせる〇〇

擬音を加えることで臨場感を出す。
イメージが明確に伝わる擬音を探してみよう。

「胸をキュンとさせる淡い恋物語」
「お腹をグーっと凹ませる最新ダイエット」
「財布をドンっとぶ厚いくさせる禁断の手法」

89. あなたが主人公になる〇〇

誰でもスポットライトを浴びてみたい。
他の誰でもない自分が主人公になる演出を考えてみよう。

「あなたが主人公になるスピーチ法」
「あなたがお姫様になれる母の日」
「あなたが主人公になる雇われ方」

90. 〇〇、賢者の選択

賢者が何を選ぶのか？
あなたの商品、賢者が選択するほどのウリは何ですか？

「最新エコカー、賢者の選択」
「泡石鹸、賢者の洗濯」
「顧客優先、賢者の選択」

91. プロ顔負けの〇〇

プロにも負けない自信がある特技をアピール。
プロではない素人だからこそできる大胆なこともある。

「プロ顔負けの交渉術」
「プロ顔負けのストレッチダイエット」
「プロ顔負けのたたき売りノウハウ」

92. 悲惨なミスをなくす〇〇

実際に起こると悲惨だけど見ないフリをしていることを
簡単に解決・予防できるのであれば価値が生まれる。

「悲惨なミスをなくす便利アプリ」
「悲惨なリバウンドをなくす朝5分の秘密」
「悲惨な経営難をなくす財務ソフト」

93. いまこそ始める〇〇

今さらと思うものでも、効果があるものがあれば、
再ブームを仕掛けられる。

「いまこそ始める家計管理」
「いまこそ始めるファンデーション革命」
「いまだからこそ始める訪問販売」

94. 夢を叶える〇〇

よくあるコピーだが、〇〇が夢とかけ離れていると、
その意外性に惹きつけることができる。

夢を叶えるペン習字」
「夢を叶えるプチセレブ朝食」
「夢を叶える財務諸表」

95. 世界一受けたい〇〇
世界一と言える根拠を見つけようとすると、
今まで気付かなかったウリが見つかる。
「世界一受けたい節約ノウハウの授業」
「世界一知りたいモデルウォーキング術」
「世界一受けたいメルマガの授業」

96. 〇〇の代表作
数ある商品の中でこれだけは手にしてほしいモノ。
それが代表作となり一点突破のブランド化をすることで、
他の商品も売れるようになる。
「iphoneアプリの代表作」
「わたし流足やせ体操の代表作がオススメ」
「当社が胸を張ってご紹介している代表作」

97. 行列のできる〇〇
他人指向　**日本人は行列が大好き。**
行列を作る方法を考えると新しいアイデアが生まれる。
「行列のできる法律相談所」
「行列に並んでも食べたい薬膳料理」
「行列のできるありえないほど儲かるビジネスレシピ」

98. 封印が解かれた〇〇
非公開　**これは言ってはいけない。と思っていたこと。**
もし、伝えることにリスクがなく、相手に喜んでもらえるとしたら、
どんな伝え方があるだろう。
「封印が解かれた有料アプリ」
「封印が解かれたハリウッドセレブの輸入食材」
「封印が解かれたユダヤ式セールス法」

99. 〇〇するための教科書
最低限　**「教科書」は安心感と信頼を生み出すキーワード。**
当たり前　**最低限知っておかなければならない事が書いてある気がする。**
「スマホを使いこなすための教科書」
「食べながら痩せるための教科書」
「起業する前に必ず読んでおくべき教科書」

100. ベールを脱いだ〇〇
非公開　**今まで公開していなかった、公開を考えていなかったこと。**
あなたの当たり前は、お客にとってサプライズになる。
「ベールを脱いだ古武術健康法」
「ついにベールを脱いだ理想の恋を手にするメール術」
「ベールを脱いだアップルの裏ビジネスモデル」

101. ●●の違いは、〇〇の違い
差別化　**違いをもたらしているのは、どんな違いだろう。**
似たような商品がある中あなたの商品を選んでくれるお客さんは、
どんな違いを感じてくれていますか？
「うまさの違いは、鮮度の違い」
「美しさの違いは、楽しい職場の違い」
「売り上げの違いは、休日の過ごし方の違い」

102. 〇〇って何だ？
刺激疑問　**〇〇がキャッチなワードであれば、**
相手にきいてしまうことで興味が広がる。
「本を読まない読書会って何だ？」

「普通に食べてOKの満足ダイエットって何だ？」
「アメリカの最新ビジネス手法って何だ？」

103. 今こそ、〇〇
いつ、いま **今、見直すことで新たに価値を見いだせるモノ。**
時代を読んで「今」に最適化してみよう。
「今こそ、風力」
「今こそ、夢」
「こんな時代だからこそ、独立」

104. 〇〇は可能か？
一見不可能に思えることに可能性を見出す。
可能になる切り口を考えることが突破口になる。
「素人が3ヵ月でCDデビューすることは可能か？」
「普通に食べて痩せることは可能か？」
「趣味をビジネスにすることは可能だろうか？」

105. 〇〇虎の巻
マニュアルやノウハウという言葉よりも、
ノスタルジックな強さがある。
商品の特性と一致すると効果的。
「光熱費が半額になる虎の巻」
「有名人御用達の美肌虎の巻」
「1000人の実績！独立開業虎の巻」

106. 目指しているのは、〇〇
ビジョン **ビジョンを掲げると軸ができる。**
軸が磁力を持ちはじめると、ビジョンが実現する。
「目指しているのは、幸せ」
「目指しているのは、綺麗に痩せる」
「目指しているのは、楽しいビジネス」

107. ライバル不在の〇〇
差別化 **ライバルを引き合いに出しながら、ダントツを表現できる。**
ライバルよりも圧倒的に秀でているポイントを探してみよう。
「ライバル不在のスマートフォン」
「ライバル不在のアンチエイジング」
「ライバル不在のニッチ市場」

108. ザ・〇〇
貫禄 **代名詞となるような商品であれば、「ザ」を付けてみる。**
王者の貫録。
「ザ・国産車」
「ザ・部分痩せダイエット」
「ザ・マーケティング」

109. 攻めるなら、〇〇から。
最初の行動 **いろいろあって迷っても、まず取り組むべきことを**
提示してあげることで時間短縮もできる。
「攻めるなら、足元から。」
「攻めるなら、お腹周りから。」
「攻めるなら、経理から。」

110. まるっとお得な〇〇
軽快にお得感を伝える。
お客さんと一緒に楽しんでみましょう。
「まるっとお得な一人旅」
「まるっとお得な3分エステ」
「まるっとお得なビジネスモデル」

111. 世界に一つだけの〇〇

あなただけ　**一点モノのサービスや商品などに有効。**
誰でも自分ためだけのモノには愛着が湧く。

「世界に一つだけの花」
「世界に一つだけのドレス」
「世界に一つだけのiphoneケース」

112. 〇〇年目の新提案

老舗　**老舗であればあるほど効果的。**
長年の信頼からの新提案にはみんな耳を傾ける。

「30年目の新サプリ」
「5年目の新しいダイエットメソッド」
「10年練られたビジネスモデルがついに新上陸」

113. 〇〇進化論

飽きた場合　**停滞気味の市場を呼び起こす言葉「進化」。**
一歩二歩先を行く進化を提案してみよう。

「ノマドワーキング進化論」
「アラフォー進化論」
「WEBマーケティング進化論」

114. ●●なくして〇〇なし

求める〇〇得るために、
必ず必要になる●●とは？

「行動なくして結果なし」
「美白なくして美肌なし」
「営業なくして売上なし」

115. クセがあるのに、クセになる〇〇

クセは最大の特徴、長所になりうる。
欠点だと思っていたクセが売りになるとしたら・・・？

「クセがあるのに、クセになるつけ麺」
「クセがあるのに、クセになる香水」
「クセがあるのに、クセになるメルマガ」

116. ●●で気分、一新。

ちょっとしたことで、パッと気分が変わるような提案は？

「楽しむ読書で気分、一新。」
「足元のおしゃれで気分、一新。」
「野外ミーティングで気分、一新。」

117. 次世代の〇〇

先を見据えているアーリーアダプターには特に響く。
一歩進んだ新しい提案をするときに有効。

「次世代の携帯端末」
「次世代のおいしいダイエット」
「次世代のソーシャルビジネス」

118. お手軽にはじめる〇〇

はじめる敷居が低いときにお手軽感を伝える。
一度はじめてもらうことで慣性の法則が働く。

「お手軽にはじめる通販生活」
「お手軽にはじめるらくらくダイエット」
「お手軽にはじめる在宅ビジネス」

119. 〇〇が新登場

ワクワク　**商品ラインナップに新しい商品が増えた時など、**
新しいワクワクを伝える。

「驚きのiphoneアプリが新登場」
「主婦専用コースが新登場」
「エグゼクティブ・チケットが新登場」

120. 東京で出来る〇〇

場所 **ココではできないと思っていることに切り込む。**
考える前に諦めてしまっていることに新しいニーズがある。

「東京で出来る乗馬体験」
「地元で出来る出張セレブランチパーティ」
「社内で出来るナレッジワーカー育成」

121. 伝説の〇〇

伝説と言えるほど、劇的なこと。
伝説はあなたの身近に実は存在する。

「伝説の仲人」
「伝説の限定ランチ」
「伝説のリピーター率」

122. すごい〇〇

「すごい」部分や特徴を探して自慢しよう。
すごさは、USPにつながる。

「すごい会計レジ」
「スゴイ！綺麗に痩せるエステ」
「すごい名刺」

123. 今、読むべき〇〇

忙しい毎日においては、あるゆることが先延ばしになりがち。
「今」を強調することで、行動してもらう。

「今、読むべき本」
「今、食べるべき食材」
「今、知るべき富山の薬売りの仕組み」

124. 本当にその〇〇は必要ですか？

思考停止 **改めて考え直してほしい時。**
思考停止から抜け出す方法を伝えよう。

「本当にその保険は必要ですか？」
「本当に必要ですか？その努力」
「本当にその梱包は必要ですか？」

125. 〇〇にご用心

少し心配しているが、まぁいいかな、ということ。
実はそこに大きな市場があるかもしれない。

「社内でのFacebookにご用心」
「手軽に飲んでるサプリにご用心」
「甘いセールストークにご用心」

126. 騙されない〇〇

情報過多の中、なんとなく流されてしまっていると、
得をするより、騙されたくない気持ちが強くなる。

「騙されない保険」
「あなたにあったダイエットサプリの騙されない選び方」
「流行りのビジネス騙されない見極め基準」

127. 一目で分かる！〇〇

忙しい人に **手っ取り早く簡単に手に入れたい。**

「一目で分かる！日本食料マップ」
「一目で分かる！韓流スター相関図」
「一目で分かる！セミナー集客ノウハウ」

128. プロが使い続ける〇〇

成功者 プロの意見には耳を傾けてくれる。
そのプロが使い続けているとなるとなおさら。
「プロが使い続けるiphoneアプリ」
「プロが使い続けるトリートメント」
「プロが使い続ける9つのビジネススキル」

129. さようなら、〇〇

優しい雰囲気がありながら、インパクトがある。
終わりを告げたいことに、さようなら。
「さようなら、損する生き方」
「さようなら、わたしのお腹の脂肪」
「さようなら、赤字経営」

130. 〇〇が未来を拓く

今→未来 次につながる「今」の一歩を伝える。
明るい未来がイメージできるほど魅力が増す。
「このスマートフォン活用が就活の未来を拓く」
「今の食生活がモテる未来を拓く」
「在庫処分が黒字転換の未来を拓く」

131. 〇〇まるごと安心パック

個別商品の売れ行きが滞ったときには、
パッケージ化することで次の利益を生み出せる。
「ネット開設まるごと安心パック」
「全身綺麗！まるごとビューティパック」
「外壁塗装まるごと安心パック」

132. こだわりの〇〇

こだわり派は意外に多い。
あなたの他とは違うこだわりはなんですか？
普段のあたりまえの中に、こだわりがあるかもしれない。
「こだわりのiphoneカバー」
「こだわり尽くした癒しの１日旅行」
「こだわりが違う！顧客満足度１００％」

133. 違いの分かる〇〇

自分特別 人は特別でありたい。
特別とは、違いがわかること。
「最新スマホ！違いの分かるデータ処理速度」
「違いの分かる痩身ストッキング」
「違いの分かる方にオススメの販促ノウハウ」

134. 革新的な〇〇

新しい情報はいつでも人の興味を喚起する。
それが革新的であればなおさら。
「革新的なスタイリッシュデザイン登場」
「安いのに綺麗！革新的なエステ」
「革新的なビジネスモデル」

135. ストレスフリーの〇〇

普段ストレスを抱えているけどやらなければならない事。
ストレスを取り除いてあげることで喜ばれる。
「ストレスフリーの禁煙方法」
「ストレスフリーの焼き肉ダイエット」
「ストレスフリーのオートレスポンスシステム」

136. 〇〇は、変わる。

シンプルに、そして力強く。

「日本は、変わる。」
「ダイエットは、変わる。」
「ビジネスは、変わる。」

137. あなたの〇〇を測定
他人と比較 人は、自分以外の人と比べたがる。
占いや測定によって自分の位置を知り安心したい。
「あなたの体力年齢を測定」
「明日の恋を占うサイト」
「あなたの商品のライフサイクルを測定」

138. 今一番売れている〇〇
ストレートなコピー。
比較対象を明確にして、根拠を提示すれば説得力が増す。
「今一番売れているスマートフォン」
「今一番売れているダイエットレシピ本」
「今一番売れている経営効率化システム」

139. 〇〇の意外な方法
今までとは違った角度からアプローチすることで、
既成概念にとらわれない意外な方法が見つかる。
「英会話がスッと上達する意外な方法」
「するっと痩せる意外なダイエット法」
「休眠客を呼び起こす意外な方法」

140. 〇〇の専門家
USP 情報過多の現代、専門性に特化することは、
受け取り側にも、配信側にも双方メリットがある。
「幼児英会話の専門家」
「健康に綺麗に痩せさせる専門家」
「居抜き物件あっせんの専門家」

141. ●●の心配を吹き飛ばせます」
心配 心配していることは解決したい。
それを一気に吹き飛ばせるとしたら行列ができる。
「ニキビ後の心配を吹き飛ばせます」
「献立の心配を吹き飛ばせます」
「倒産の心配を吹き飛ばせ」

142. 〇〇するための仕組み
仕組み 欲しい状態を手に入れる仕組み。
仕組化できれば労せず結果を手にできる。
「楽しく早起きするための仕組み」
「もれなく綺麗になるための仕組み」
「儲けを自動化するための仕組み」

143. 求むー〇〇
欲しいモノをシンプルに求める。
具体的にすればするほど、与えられる。
「求むープロジェクト管理者」
「求むーダイエット実践モニター」
「求むー新しい流通ビジネスモデル」

144. こうして私は〇〇できました
“こうして”がクエスチョンとなって、興味を掻き立てる。
〇〇に興味があるほど答えを知りたくなる。
「こうして私は一晩で歌が上手になりました」
「こうして私は部分痩せできました」
「こうして私はコスト50%カットをしました」

145. ●●な方はいませんか？

〇〇（なりたい状態）に関心がある方を
疑問形で引き寄せる。

「記憶力を一夜にしてアップしたい方はいませんか？」
「タダで綺麗を手に入れたい方はいませんか？」
「ビジネスオーナーになりたい方はいませんか？」

146. 〇〇の方へのアドバイス

人はアドバイスされたいもの。
今に不安があればあるほどその気持ちは強まる。

「熟睡したい方へのアドバイス」
「足痩せした方へのアドバイス」
「起業を目指す方へのアドバイス」

147. 〇〇の画期的な方法

今までにない画期的な方法や画期的な切り口が
見つかれば、それがウリになる。

「最適な枕を選ぶ画期的な方法」
「3食食べるダイエットの画期的な方法」
「好きを仕事にする画期的な方法」

148. 〇〇とは？

気付き　知っていそうで知らない。聞いたことがあるけど、
詳しくは分からない、今さら聞けない事。

「選挙に参加しない意味とは？」
「太っていることで損をしていることとは？」
「ソーシャルマーケティングとは？」

149. 〇〇にはもうコリゴリ

共感　「今まで失敗してきてもう嫌だ」ということに、
共感する言葉で描写する。

「お勧めラーメン店にはもうコリゴリ」
「痩せないダイエットにはもうコリゴリ」
「起業にはもうコリゴリ」

150. 〇〇をやっつけるのは簡単

やめたいけど、やめられないことが、
スカッと簡単に解決出来る方法。

「寝不足をやっつけるのは簡単」
「食欲をやっつけるのは簡単」
「お客にペコペコ、をやっつけるのは簡単」

151. 限定の〇〇

手に入らなくなるかもしれない。
と、思えば思うほど、欲しくなる。

「ご当地限定の地酒」
「100名限定のプレミアムドレス」
「限定価格は10日まで」

152. 〇〇で、できなきゃあきらめる？！

最後の砦的なイメージが人を惹きつける。
今までダメだったとしても、
ここなら、なんとかしてくれる印象もある。

「ここで英語が話せなきゃあきらめる？！」
「これでやせなきゃあきらめる？！」
「この商品が売れなきゃあきらめる？！」

153. 元祖〇〇

なんか惹かれる「元祖」という響き。
街中に溢れる元祖ではない、本当の元祖のときに使おう。

「元祖さっぽろラーメン」
「元祖キレイ痩せチャンピオン」
「DRMの元祖が語る、本当のDRM」

154. やっぱり〇〇が好き

改めて、そのよさを見直させるようなコピー。
“やっぱり”が好きという前提を強めている。

「やっぱりiphoneが好き」
「やっぱり和食が好き」
「やっぱりビジネスが好き」

155. そろそろ本気で〇〇

なぁなぁにしていたことに、パンチを入れる。
本気で取り組むことで結果が出ることにフォーカスしよう。

「そろそろ本気でインテリア」
「そろそろ本気でダイエット」
「そろそろ本気でコストカット」

156. 友人が教えてくれた〇〇

謙虚

自分を前を出さずに、教えてもらった、という謙虚さが、
相手にとって受け入れやすくさせる。

「友人が教えてくれた、やさしい絵手紙」
「映画が教えてくれた英語録」
「父親が教えてくれたビジネスで大切なこと」

157. めくるめく〇〇

理性を失うほど、魅力的な世界。
そんなあなたの世界観を伝えてみよう。

「めくるめく男のオシャレ習慣」
「めくるめくカリスマ主婦の日常」
「めくるめくビジネスの世界」

158. とにかく〇〇したい

今やっていることを、すべて放り出しても、
手に入れたい欲求を刺激する。

「とにかく体を鍛えたいときの万能マシーン」
「とにかく痩せたい私」
「とにかく稼ぎたい1年目の起業家へ」

159. 〇〇から目を離すな

フトすると、注目を浴びそうもない部分に
スポットライトを浴びせてみよう。

「高校生ファッションから目を離すな」
「ブレイク寸前のあの有名人から目を離すな」
「部下の活躍から目を離すな」

160. ちっちゃな〇〇

誰でも簡単にできそうなスケール感を伝える。
小さな行動で大きな変化を求めるのが人間の性。

「ちっちゃな積み重ねで健康に」
「小さな習慣で本当に痩せるか？」
「ちっちゃなコスト革命」

161. 〇〇の成否のカギ

うまくいくか、いかないかは、紙一重。
であれば、成否を決めるカギは知っておくべき。

「高齢者二世帯住宅成否のカギ」
「集中ダイエット成否のカギ」
「Facebookマーケティング成否のカギ」

162. いとも簡単に〇〇できる

簡単に手っ取り早くは、誰もが望む欲求。
ルーティンの中にも簡単にできることがないかを探してみよう。

「いとも簡単に夢が叶う年間計画」
「いとも簡単に痩せる魔法のレシピ」
「いとも簡単に儲かる写真付きDM」

163. 〇〇アップ大作戦

子ども心をくすぐる言葉、“大作戦”。
大人だってワクワクしたい。

「読書スピードアップ大作戦」
「主人の給料アップ大作戦」
「社員のやる気アップ大作戦」

164. 胸を打つ〇〇

日常ではあまり感じられない感動を人は求める。
日々の些細な出来事の中にも胸を打つ感動がある。

「胸を打つ映画100選」
「胸を打つ生き方をしてみよう」
「胸を打つキャッチコピー」

165. 上手な〇〇選び

誰でも、上手にこなしたいもの。
知識さえあれば、上手に選べるならなおさら。

「上手な物件選び」
「上手な低カロリー食材の選び方」
「上手な税理士探し」

166. みんなに愛される〇〇

八方美人になってみるのもたまにはイイ。
みんなに愛されることを目指してもいいじゃないか。

「みんなに愛される今年の流行色」
「みんなに愛されるショートボブ」
「みんなに愛されるメールマガジン」

167. 〇〇に贈る

届けたいあの人に、愛情を込めて、贈ろう。

「去りゆくあなたにに贈る言葉♪」
「円熟世代に贈るディナーコース」
「ワンマン社長に贈る7つの心得」

168. 忘れられない〇〇

忘れたくても忘れられないことにこそ、本当の夢や目標がある。
時には時間を取って思い出してみよう。

「どうしても、忘れられない夢を叶えよう」
「ずっと忘れられない大切な言葉たち」
「忘れられないビジネスをはじめた理由」

169. 伸び盛りの〇〇

伸びているモノに注目することで、
新しいアイデアや展開が生まれることがある。

「伸び盛りの新触感フルーツ」
「伸び盛りの子供への教育は？」
「伸び盛りのニッチ市場」

170. 結果をたたき出す〇〇

少しの犠牲を払っても結果を出したい、
モチベーションの高い方に響く。特に男性。

「結果をたたき出す早起き習慣」
「結果をたたき出すダイエット合宿」
「結果をたたき出すビジネスモデル」

171. 世界を変える〇〇

世界に変革をもたらすサービスや商品を、
ストレートにパワフルに打ち出す。

「世界を変えるスマホアプリ」
「世界を変えるウォーキング」
「世界を変えるマーケティング」

172. ロコミだけで広がる〇〇

ソーシャル時代に突入し、一人ひとりがメディアを持てる
一億総メディア時代。ロコミを制するものが世界を制す。

「ロコミだけで広がるiphoneアプリ」
「ロコミだけで広がるリップクリーム」
「ロコミだけで広がるショッピングサイト」

173. 〇〇に続け！

ムーブメントを起こっている周辺には、市場が出来上がる。
その波を利用して一気に駆け抜けよう。

「ジャスティン・ビーバーに続け！」
「エコブームに続け！」
「アップルに続け！」

174. 何の変哲もない〇〇

当たり前のことを、当たり前にすること。
成功の法則は、そんな身近な所にある。

「何の変哲もないラブソング」
「何の変哲もない成功ダイエット」
「何の変哲もない顧客フォローで満足度97%」

175. うなぎ登りの〇〇

グングン伸びていることを比喩で表現する。
イメージを鮮明にしてもらえばもらうほど、結果につながる。

「うなぎ登りの、うなぎ屋さん」
「うなぎ登りの女性限定通販サイト」
「うなぎ登りに売上を伸ばす新ノウハウ」

176. 非常識な〇〇

常識の範囲でいたいけど、非常識に惹かれるウラハラさ。
今までの当たり前を覆すものに効果的。

「非常識な自動英会話上達法」
「非常識な寝ながらダイエット」
「非常識な成功法則」

177. 〇〇プロジェクト

プロジェクトを付けるだけで本格的な響きになる。
テーマを絞って力を入れる時にプロジェクト化してみよう。

「スマートフォン使いこなしプロジェクト」
「2013ダイエット・プロジェクト」
「業績2倍プロジェクト」

178. 〇〇力を鍛える

結果を手に入れるために、手にしたい“力”。
その力を鍛える方法を提案してみよう。

「出世に直結！クラウド力を鍛える」
「女子力を鍛えてモテモテOL生活」
「儲かるアイデア発想力を鍛える」

179. ○○最前線

時代の最前線はとりあえずでも知っておきたい。
少し先取りした情報を提供してみよう。

「ココだけのアイドル最前線」
「夏のダイエット最前線」
「新しい時代の、新しいビジネス最前線」

180. 最後に笑うのは○○

途中の過程はなんであれ、最後にフォーカス。
終わりよければ、すべてよし。

「最後に笑うのは努力」
「最後に笑うのは性格美人」
「結局、最後に笑うのは誠実なビジネス」

181. ウソのようなホントの○○

ウソだと思われてしまうほどよいモノは、
その疑いをあえて自分からしてしまおう。

「ウソのようなホントのiphoneアプリ」
「ウソのようなホントのダイエットサプリ」
「ウソのようなホントの儲け話」

182. ○○は答えを知っている

意外なものが答えを知っていると興味を喚起する。
視点を変えてみると意外なところに答えがある。

「歴史は答えを知っている」
「カチューシャは答えを知っている」
「掃除のおばちゃんがビジネスの答えを知っている」

183. ○○の魔術

「魔術」という言葉の響きには、簡単に、
手っ取り早く、できてしまうイメージがある。

「Facebookでいいねを5倍にする魔術」
「毎朝5分ダイエットの魔術」
「飛び込み営業の魔術」

184. ○○で一番、大切なこと

あえて一番大切なものを挙げてみよう。
一番に絞り込むことで、USPが見えてくる。

「虫歯撃退で一番、大切なこと」
「女子力アップに一番、大切なこと」
「WEBビジネスで一番、大切なこと」

185. ○○する技術

技術大国日本。技術に惹かれる民族性に呼び掛ける。
技術では解決できなそうな隙間に商機（勝機）がある。

「モテる技術」
「学生のときのように、夫を恋する技術」
「休眠客を叩き起こす技術」

186. ○○の必勝パターン

必勝するためのパターンがあるなら知らなければ損。
勝つための共通点（パターン）を見出してみよう。

「旅行を楽しむ必勝パターン」
「モテるダイエットの必勝パターン」
「売上アップの必勝パターン」

187. 世界一オモシロイ〇〇

おもしろき　こともなき世を　おもしろく
すみなしものは　心なりけり　（高杉晋作）

「世界一オモシロイ温泉」
「世界一面白い、変てこダイエット」
「世界一オモシロイ飛び込み営業」

188. 〇〇という生き方

共感できる〇〇であるほど、その生き方に興味が生まれる。
あなたの周りの人は、あなたのどこに共感していますか？

「大好きを毎日にする生き方」
「痩せない！という生き方」
「借入しない個人事業主という生き方」

189. 一生役に立つ〇〇

一生役に立つものは、知らなければ損。
簡単で継続的であるほど、価値が増す。

「一生役に立つウォーキングフォーム」
「一生役に立つ健康レシピ」
「一生役に立つ営業トーク集」

190. オレなら〇〇するね

ちょっと挑発しながら自己主張をしてみよう。
あなたの強気に魅せられる人が必ずいる。

「オレなら、有給で10連休を取るね」
「私なら、痩せて見返してやる。」
「オレなら値上げするね！」

191. ところで、〇〇はしましたか？

ハッと気付くと忘れてしまいやっていないこと。
または、盲点に気付かせてあげる。

「ところで雑誌をチェックしましたか？」
「ところで奥さんにプレゼントはしましたか？」
「ところで君、部下を褒めてみたのかね？」

192. 速報！〇〇

「速報！」と言われると、なんだかドキドキする。
タイムリーな情報は知りたくなる。

「速報！歌の大辞典」
「速報！冬のダイエット」
「売上速報が教えてくれること」

193. 〇〇が好きです

素直な気持ちをそのままコピーにしてみると、
やさしい共感が生まれてくるかもしれません。

「自然が大好きです」
「ちょっとぽっちゃりが好きです」
「お金より人が好き、が儲かる秘訣」

194. 〇〇のスイッチ

スイッチには、押すだけ簡単！といったイメージがある。
ポンと押すだけで結果が変わってしまうことは？

「楽しい！は、子どもが勉強するスイッチ」
「本気で痩せるスイッチ」
「売上アップのスイッチをONにする」

195. 〇〇好きも納得

普通で考えたら納得しない方を納得させてしまう。

その意外性が訴求力を生み出す。
「コーヒー好きも納得のインスタント」
「ハンバーグ好きも納得の豆腐ハンバーグ」
「タバコ好きも納得の禁煙オフィス」

196. ○○は、グーッド！
ノリでいきましょう。たまには。
ストレートな意外性で攻めてみよう。
「たまのひとり旅は、グーッド！」
「デート前の焼き肉は、グーッド！」
「10連休は、グーッド！」

197. ○○シリーズ
信頼感　シリーズ化されていることは信頼につながる。
シリーズを揃えたくなるのも人間の性質。
「夢を実現するヒントシリーズ」
「らくちんダイエットシリーズ　パート2」
「人は減っても売上は上がるシリーズ」

198. 秘密の○○
あなたにとっては当たり前でも他の人が知らない
誰でも効果があることってなんですか？
「隣の奥さんはやっている秘密の節約法」
「旦那に秘密の簡単レシピ」
「秘密のCD」

199. ○○はここが違う
うまくいっている人には、違いがあります。
その違いにフォーカスしてみよう。
「長寿の食事はここが違う」
「プロのコーディネートはここが違う」
「できる人は名刺が違う」

200. ○○からあなたを守る
自分ではどうしようもない時は守ってもらいたい。
防御は最大の攻撃。
「会社でのいじめからあなたを守る」
「下半身太りからあなたを守る」
「運用不安からあなたを守る」

201. ○○を疑え
常識を疑うことで新しい可能性が広がる。
当たり前になっていることの裏側を覗いてみよう。
「通説を疑え」
「流行りのダイエットを疑え」
「経営コンサルタントを疑え」

202. ○○の裏側を読み解く
表の華やかさとは裏腹に潜んでいる影。
光が強ければ強いほど、影は濃くなる。
「ミリオンセラーの裏側を読み解く」
「女性心理の裏側を読み解く」
「業績アップ業界の裏側を読み解く」

203. ○○アンケート
人の評価は気になるモノ。特に日本人は。
アンケートの統計結果を知ることで安心する。
「上半期人気スマホ・アンケート」
「主婦に人気のコンビニスイーツアンケート」

「ビジネスメールマナーのアンケート」

204. ○○を徹底解剖

今まで踏み込まれていなかった領域に深く入り込む。
業界のタブーであるほど、その関心は強まる。

「Jポップの魅力を徹底解剖」
「リバウンドにメスを入れ徹底解剖」
「売上至上主義を貫く経営者を徹底解剖」

205. ○○を堪能する

時間のない現代において、何かを堪能できる心の余裕は
なかなか持てない。ぜひ堪能させてあげましょう。

「GWを堪能するための旅行プラン」
「痩せながら3食を堪能する」
「社員にボーナスと有給を堪能させるには」

206. らくちん○○

「面倒だなぁ」と、どうしても後回しにしてしまうようなことを、
らくちんにしてあげられるとしたら？

「スマートフォンらくちん一発設定」
「らくちんダイエット2013」
「らくちん財務諸表」

207. ○○したの、いつですか？

初心や昔の志を思いだすキッカケは大切。
過去を振り返りながら、純粋な自分に触れる瞬間。

「最後に勉強したの、いつですか？」
「恋をしたの、いつですか？」
「起業を志したのはいつですか？」

208. 知っている人は知っている○○

知らないのは、何だか悔しくなる。損に感じる。
知っている人には優越感。知らない人には有益情報。

「知っている人は知っているウイスキーのほんとの飲み方」
「知っている人は知っているあの噂の真相」
「知っている人は知っている財務諸表の盲点」

209. ○○で泣く人、笑う人

どうせなら、笑う人になりたい。
そのためにどうすればよいか、は知りたい。

「海外旅行で泣く人、笑う人」
「ダイエットで泣く人、笑う人」
「コストカットで泣く人、笑う人」

210. 最後は○○

紆余曲折をして、最後に辿りつくところ。
できれば、最後の結果だけを知りたくなる。

「最後は夢の大きさ」
「最後は女子会」
「最後は誠実さでお客さんと接すること」

211. 逆転の発想から生まれた○○

今までの常識の逆側から発想することで、
クリエイティブなアイデアが生まれる。

「逆転の発想から生まれた柔軟剤」
「逆転の発想から生まれたパーティドレス」
「逆転の発想から生まれたキャッシュポイント」

212. ○○も太鼓判

信頼ある方からの太鼓判は強力なプッシュになる。
太鼓判（レコメンド）してもらえる可能性を探ってみよう。

「マニアも太鼓判のライフハック」
「医学博士も太鼓判のダイエット」
「カリスマコンサルタントも太鼓判」

213. 前人未到の〇〇

誰もが到達していない高みはそれだけで魅力。
あなたの業界での前人未到を切りだしましょう。

「前人未到の3年連続金賞」
「前人未到のトリプルミリオンセラー」
「前人未到のスピード出世」

214. 〇〇、これはいい

ストレートに称賛してみる。
シンプルな称賛が興味を引く。

「無料通話、これはいい」
「焼き肉ダイエット、これはいい」
「会員ビジネス、これはいい！」

215. 〇〇バトル

対決は最高のエンターテイメント。
参加していない方も巻き込めるイベントにしてしまおう。

「コーデバトル」
「ダイエットバトル2013」
「ビジネスモデル・チャンピオンバトル」

216. 色あせない〇〇

サステナブル（持続可能）な状態を美しく表現できる。
変わらない魅力にフォーカスしてみよう。

「色あせない音色」
「色あせないシンプルファッション」
「色あせないコミュニティビジネス」

217. 劇売れの〇〇

売れているモノをさらにプッシュ。
売れれば売れるほど、もっと売れる。

「劇売れのiphoneアプリ」
「劇売れのダイエットサプリ」
「劇売れのビジネス書籍」

218. 〇〇の進化形

成熟した市場でも進化することで新たな市場を作れる。
顧客や市場の進化と共に、商品も進化していく。

「スマートフォンの進化形」
「アイメイクの進化形」
「ネットビジネスの進化形」

219. 〇〇生活

ほのぼのした日常にスッと入り込む。
いつもそこにある雰囲気がやさしく包み込む。

「通販生活」
「生まれ変わるセレブ生活」
「週休５日の趣味ビジネス生活」

220. 意外と知らない〇〇

知られていないことは、知りたい。
あなたの当たり前の中にもそれがある。

「意外と知らない月１万円の簡単節約術」

「意外と知らない脂肪を燃焼する素材集」
「意外と知られていない課金モデル」

221. 時代に愛される〇〇

その時代、その時代に特徴があるように、
愛されるモノにも時流がある。

「時代に愛されるキーワードは？」
「時代に愛されるカラーリング」
「時代に愛されるお金の作法」

222. 〇〇活用術

少しでも活用できるのであれば、知りたい。
自分が活用しきれていないと思えばなおさら。

「本当のiphone活用術」
「輪ゴムの賢い活用法」
「クラウド活用術」

223. 変な〇〇

人とはちょっと変わっている「変」。
そこになんとも言えない魅力が隠れているかも。

「変な生物」
「変だけど、よく見るとカッコいい着こなし」
「変な社員に、変な社長」

224. ちょっと贅沢な〇〇

みんな頑張ってる。
たまのちょっとした贅沢くらい、いいじゃないか。

「ちょっと贅沢な一人旅ブーム」
「ちょっと贅沢な大人のプリン」
「ちょっと贅沢なDMが売上を2倍にする」

225、珠玉の〇〇

ちょっと高貴なイメージを付与したいときに使える。
あなたの周りで真珠のように輝くものを探してみよう。

「珠玉の名作オペラ」
「珠玉の懐メロでカラオケクイーン！」
「珠玉のメルマガノウハウ」

226. 〇〇解禁

今まで、閉じ込められて我慢していたものが、
解き放たれる瞬間にはパワーがある。

「ボジョレー解禁」
「肉解禁！でも確実に痩せる」
「衝撃の映像がついに解禁」

227. 〇〇バリエーション

ひとつのパターンが売れることが分かったら、
バリエーションを増やして展開してみよう。

「iphoneがついにカラーバリエーション発表」
「メイクアップバリエーション」
「バリエーション投資」

228. 脚光浴びる〇〇

今まで注目を浴びていなかったものが突如として、
脚光を浴びることがある。それを仕掛けてみよう。

「脚光浴びる天才俳優」
「脚光浴びる万能ダイエットサプリ」
「脚光浴びるプログラム」

229. 〇〇をグレードアップ

今のモノをさらに良くする。
特にお気に入りのものであれば、磨きをかけたい。

「愛車をグレードアップしませんか？」
「流行りのアイメイクをさらにグレードアップ」
「鉄板のビジネスモデルをグレードアップ」

230. 〇〇の味方

無条件で味方になってくれるは嬉しい。
気軽に助けを求められる味方は心強い。

「夢を味方にする方法」
「ダイエットの敵、ダイエットの味方」
「経費カットの強い味方」

231. ケタ違いの〇〇

あなたの飛び抜けたものを見せつけよう。
一点だけのケタ違いを目指せばUSPが生まれる。

「ケタ違いのヒットソング」
「ケタ違いの激安レシピ」
「ケタ違いの利益率をたたき出せ」

232. 史上初の〇〇

今までになかったモノを生み出してみよう。
既存＋既存から、未知のアイデアが想像される。

「史上初の長寿命電池」
「史上初！寝るだけダイエット」
「史上初のありんこビジネス」

233. 魂を揺さぶる〇〇

魂に訴えかけるエネルギーに人は強力に惹きつけられる。
あなたがもっとも情熱を捧げられるものにフォーカスしてみよう。

「魂を揺さぶるオーケストラ」
「魂を揺さぶる同窓会」
「魂を揺さぶる上司のひと言」

234. 裏づけされた〇〇

すごい、すごい。と、言っているだけでは誰も見向きもしない。
数字や客観的なデータの裏付けを示そう。

「裏づけされたムーブメント」
「痩せる！裏づけされたダイエットレシピ」
「確かな技術に裏づけされたノウハウ」

235. 媚びない〇〇

卑屈にならない、誰にも媚びない。
そんな生き方ってカッコいい。

「媚びない生き方」
「自分に媚びないダイエット」
「媚びない営業スタイル」

236. 〇〇の達人

自分が達人になるのもOK。
達人の英知をお借りするのもOK。

「人生の達人に学ぶオーディオ教材」
「達人たちの最新ダイエット」
「営業の達人に聞け！」

237. ずっと待っていた〇〇

ずっと待たせるのも戦略。
ずっと待ってもらえるクオリティを生み出そう。

「ずっと待っていた噂のスマホ」
「ずっと待っていた基礎化粧品」
「ずっと待っていた顧客システム」

238. 〇〇をサポート

サポートしてもらえることで踏み出せる方もいる。
サポートもセットで提供することも考えてみよう。

「健康ウォーキングをサポート」
「自己流ダイエットを強力サポート」
「経営戦略を徹底サポート」

239. 驚きの〇〇

誰が、どこに驚くのか？
それを考えるだけで多くの切り口が見つかる。

「驚きのリバイバルソング」
「驚きの美白効果」
「驚きの粗利ビジネス」

240. 奇跡の〇〇

奇跡は起こせない、と思いながらも求めている。
実際には、奇跡は身近で今日も起こっている。

「奇跡の写真」
「自宅でキセキの激うま中華」
「奇跡のコラボセミナー」

241. ちょっといい〇〇

普段よりちょっとだけの背伸び。
ほんのちょっとが日常を非日常に変えてくれる。

「ちょっといいワインで週末の贅沢」
「ちょっといい手抜きランチ」
「ちょっといい経費の使い方」

242. 選ばれる〇〇

選ばれるにはワケがある。どうして選んでくれるのか？
そこに最大のUSP（あなた独特のウリ）が眠っている。

「選ばれるボールペン」
「選ばれるにはワケがある」
「選ばれて100年」

243. 飛びぬけた〇〇

どんなジャンルや分野でも飛びぬければ目立つ。
他と横並びではない、飛び抜けた強みをひとつ持とう。

「飛びぬけたアイデア」
「飛びぬけたライフスタイル」
「飛び抜けた経営思想」

244. 〇〇のパイオニア

時代の先を行くのは勇気がいる。
だけど、それだけの価値がある。

「電気自動車のパイオニア」
「食べるダイエットのパイオニア」
「DRMのパイオニア」

245. 〇〇のウソ?ホント」

情報が錯綜する現代において、ウソかホントか、
それを見極めるだけでも大変な労力。
それを代わりにやってあげると喜ばれる。

「携帯電話事情のウソ?ホント」
「ダイエットのウソ?ホント」

「就職面接のウソ?ホント」

246・〇〇のレッスン

バラバラな知識や、喉から手が出る知識。
レッスンで体系的に教えてもらいたい。

「ネイティブによる英会話レッスン」
「投資でレバレッジをかけるレッスン」
「大富豪のレッスン」

247. 〇〇の原点

時には立ち止まって、原点を振り返ってみよう。
忘れていた大切なことが見つかるかもしれない。

「スマートフォンの原点」
「和食の原点」
「ビジネスの原点」

248. キラキラ輝く〇〇

誰でもキラキラに輝いていたい。
あなたが輝ける場所は必ずある。

「キラキラ輝く携帯ストラップ」
「キラキラ輝くママ特集」
「キラキラ輝く最新ビジネス」

249. 〇〇塾

本格的に学ぶ覚悟ができた人が来る。
がっつり教えてその期待に応えよう。

「サラリーマンのipad活用塾」
「猛烈ダイエット塾」
「天才塾」

250. 〇〇対策

危機意識が強ければ強いほど対策が必要となる。
危機意識が薄い場合は、教育・啓蒙が必要となる。

「熱中症対策7つのポイント」
「もう大丈夫！足太り対策」
「赤字対策で不景気を乗り切る」

251. 〇〇一筋

意志の強さとこだわりに惚れる。
やり続けた年輪を重ねた深さを感じる。

「アイドル一筋」
「ダイエットに一筋の光」
「商売一筋50年」

252. 〇〇レボリューション

革命を起こすような大きな変化や進化。
インパクトと革新を同時に感じてもらえる。

「恋愛レボリューション」
「レギンスレボリューション2013」
「メルマガ・レボリューション」

253. 〇〇に挑め

挑戦やチャレンジの物語に人は引き込まれる。
ちょっと無理そうなことに果敢に取り組んでみよう。

「懸賞生活に挑め」
「楽しいダイエットに挑め」
「エコビジネスに挑め」

254. 個性を活かす〇〇

それぞれが絶対に持っている個性。
その個性に華を咲かせ、世の中に解き放つ。
「個性を活かすオリジナルiphoneカバー」
「個性を活かすカラーリング」
「個性を活かした起業でオンリーワン」

255. 寝ても覚めても〇〇
制限がなければいくらでもやりたいこと。
諦めたくても諦めきれないこと。
「寝ても覚めてもレディーガガ」
「寝ても覚めてもマクロビオティック」
「寝ても覚めても大好きな仕事」

256. 〇〇の意外な実像
あまり知られていない真実の姿。
一般的な認識と違うほど興味をそそる。
「受験生の意外な実像」
「ダイエット成功者の意外な実像」
「カリスマ経営者の意外な実像」

257. 〇〇丸わかり
楽して簡単にすべてをスッと理解したい。
“丸わかり”には、そんなニュアンスが含まれる。
「受験英語丸わかりシート」
「彼氏が喜ぶレシピが丸わかり」
「起業のイロハが丸わかり」

258. あなたを襲う〇〇
そこを襲われると様々な計画に支障がでる。
潜在的な危険を明確に浮き彫りにする。
「あなたを襲う相続税」
「あなたを襲うかもしれないあの病気」
「値下げ競争があなたを襲う」

259.〇〇の光と影
光があれば、必ず影ができる。
普段スポットのあたらない影にも注目してみよう。
「ワインブームの光と影」
「ダイエットの光と影」
「起業ブームの光と影」

260. 〇〇大検証
周知の事実ようなことを徹底的に検証してみると、
新しい価値や新しい需要が生まれる。
「実はスゴイあの商品を大検証」
「10歳若く見える健康大検証」
「乗ってるベンチャーのビジネスモデル大検証」

261. 〇〇のカラクリ
その裏側にある仕掛けは知りたくなる。
自分にもできそうだと思えれば、一層腑に落ちる。
「月1万円の食費で満足できるカラクリ」
「痩せるカラクリ教えます」
「低コストのカラクリを暴く」

262. 〇〇成功の秘密
もし、成功に秘密があるとしたら？
「ワールドカップ成功の秘密」
「新学期前のダイエット成功の秘密」

「アップル成功の秘密」

263. たとえば〇〇

たとえば･･･とイメージを膨らませる。
イメージの中にいる時間が長いほど引き寄せられる。

「たとえば生まれ変わったら…」
「たとえばダイエットに成功したら…」
「たとえばお客さんがどんどん来たら…」

264. 〇〇の取扱説明書

ステップバイステップの丁寧な説明が必要なものは？
あなたには当たり前でも読み手には理解できないことがある。

「スマホの取扱説明書」
「部分痩せの取扱説明書」
「ビジネスの取扱説明書」

265. ラクして〇〇

シンプルに欲求に訴えかける。
誰でもラクに結果を得たい。

「資格試験ラクして合格」
「ラクしてぐーたらダイエット」
「ラクして契約を取る方法」

266. 〇〇とは何か

本質的な部分に迫る。
あなたが突き詰めているほど深みが増す。

「誠意とは何か」
「モテる、とは何か」
「ビジネスとは何か」

267. 世界で勝てる〇〇

グローバルな展開を強調できる。
実績が物をいう。

「世界で勝てるなでしこの秘密」
「世界で勝てる日本人スタイル」
「世界で勝てるおもてなしの心」

268. 〇〇に備える

普段はあまり考えていないが、誰でも頭の片隅にあること。
備えあれば憂いなし。

「いざ！の災害に備える」
「今の彼氏との別れに備える」
「システムダウンに備える」

269. 〇〇番付

ランキング付をしたがる人は多い。
番付自体がエンターテイメント。

「長者番付」
「上半期ダイエット番付」
「顧客満足度番付」

270. たちまち〇〇

短時間のイメージがスッと伝わる。
業界の常識よりも短時間な特徴を考えてみよう。

「たちまち重版」
「たちまちスッキリ脇腹」
「たちまち軌道に乗せる企業術」

271. 〇〇の誘惑

どうしても打ち勝てない誘惑。
それほどの魅力にビジネスのヒントが眠っている。
「2度寝の誘惑」
「ポテトチップスの誘惑を断ち切る方法」
「うまい儲け話の誘惑」

272. ○○の心得
日本人の心に響く「心得」。
もしそれがあるのなら、はじめる前に知っておきたい。
「日本人としての心得」
「痩せた後の心得」
「100年続くビジネスの心得」

273. 甦れ、○○
強い願いを込めて願うほど、人を惹きつける。
その魅力を目の前に再現させよう。
「甦れ、ブラウン管」
「甦れ、あの時の私」
「甦れ、最高益」

274. 迫りくる○○
避けることのできない緊急性の高い話題の、
切実さを伝えることができる。
「迫りくるメーカー海外移転加速」
「迫りくる皮下脂肪の恐怖」
「迫り来る後継者問題」

275. ○○の神髄
真髄があるのならぜひ教えを乞いたい。
真髄を探ることで、一歩本質に踏み込める。
「突き抜ける人の真髄」
「モテる女の真髄」
「愛されるビジネスの真髄」

276. ○○の正体
当たり前だと思って見過ごしていたこと。
現状の認識とのギャップがあるほどインパクトが大きい。
「落ち込みの正体」
「痩せないダイエットの正体」
「No1営業マンの正体」

277. ○○の決め手
これだけは絶対に外せない決め手とは？
「ヒットの決め手」
「これがキモ！私流ダイエットの決め手」
「契約を決める3つの決め手」

278. 死んでも○○
命をかけても足りないほど切実なこと。
それほど大切なことがあるだけでも幸せかもしれない。
「死ぬ前にしておきたい相続」
「死ぬ前に絶対泊まりたいリゾートホテル」
「死んでも教えたくないビジネスモデル」

279. ○○のコツ
手っ取り早く簡単にできるコツを誰もが探している。
もし、ゼロからスタートするとして外せないことは？
「長生きのコツ」
「リバウンドしない痩せるのコツ」

「稼ぐのコツ」

280. どうせなら〇〇

あれもこれも悩むけど、めったいにないことだから…
大きな決断をするときに背中を押す不思議な言葉。

「どうせ乗るなら高級車」
「どうせなら綺麗になりましょ」
「どうせなら稼げるときに稼ぎなさい」

281. 〇〇の時代

時代の変わり目にはチャンスが転がっている。
新しい時代を切り拓け！

「自然体で生きる時代」
「楽しいダイエットの時代」
「ソーシャルビジネスの時代」

282. 揺れる〇〇

時代の傾きを感じ取り、適切な処方箋を出せれば、
瞬く間に、市場が生まれる。

「揺れる家庭の食卓」
「揺れるメタボリックシンドローム」
「揺れるビジネスの定説」

283. 落ちた〇〇

上がれば、落ちる。落ちれば、上がる。
要するにタイミング次第。

「落ちたブランドイメージ」
「ダイエット効果が落ちたらコレ」
「落ちた10年のレッテル」

284. 〇〇の未来

先の予言はできなくても、予測はできる。
予測ができれば、よりよい準備ができる。

「子供の未来は、国の未来」
「痩せた後の未来を描こう」
「Facebookの未来」

285. 〇〇会議

襟を正して、取り組むときには、「会議」と言ってみる。
やわらかい言葉と組み合わせると、どこか新しさを感じる。

「月に一度は家族会議」
「脱ダイエット会議」
「すごい会議」

286. 八方ふさがりの〇〇

にっちもさっちもどうにもいかないときには、
この表現がぴったりかもしれない。

「八方ふさがりの家計」
「八方ふさがりのダイエット」
「八方ふさがりのビジネスカテゴリ」

287. 〇〇を狙え！

ピンポイントで狙うべき対象があるときには、
一気にフォーカスして、エネルギーを集中させよう。

「エースを狙え！」
「部分痩せ美人を狙え！」
「寝ぼけたニッチ市場を狙え！」

288. 〇〇の育て方

これからの可能性に力を注ぎ育てる。
一見非効率だが、それ以上に得るものがある。
「友情の育て方」
「母性本能の育て方」
「優良顧客の育て方」

289. ○○が決まったら…
いまの環境が変わったらどうするかを考えさせる。
決まってから考えていては遅いこともある。
「転勤が決まったら…」
「痩せると決めたら…」
「独立起業が決まったら…」

290. どどんと○○
意味のない言葉でも勢いが伝わる。
不思議と元気になるワード。
「どどんと7連休」
「どどんと夏やせ」
「どどんと大放出キャンペーン」

291. いま知りたい○○
今すぐ！に答えてあげるだけでも、
多くの顧客を巻き込める。
「いま知りたいスマートフォンの選び方」
「いまこそ知りたいあの噂話」
「いま知りたい伝説のマーケティング」

292. 圧巻の○○
見れば、口を開いて驚いてしまうようなこと。
そんな瞬間を演出してみよう。
「圧巻の感謝ハガキ」
「圧巻のダイエット方法」
「圧巻のビジネスモデル」

293. 親子で考える○○
自分だけではなく、次の世代と共に考える。
違う世代の視点を取り入れることで視野がグッと広がる。
「親子で考える教育の在り方」
「親子で考えるダブルダイエット」
「親子で考える相続対策」

294. ○○の底力
もうダメだ、と思ってからが勝負。
大逆転にはドラマがある。
「日本の底力」
「決めた女の底力」
「アナログビジネスの底力」

295. ディープな○○
ちょっと人には言えないようなディープな内容でも、
だからこそ、その情報が欲しい人もいる。
「ディープなiphoneアプリ」
「人には言えないディープなダイエット」
「ディープな顧客対応マニュアル」

296、○○の条件
条件として明確に言語化していくと、
自分自身の理解が圧倒的に深まる。
「活躍できる人の条件」

「成功するダイエットの条件」
「ビジネスで失敗しない7つの条件」

297. いま話題の〇〇

話題には目がない人は多い。
時には、話題になるにはどうするか？と考えてみよう。

「いま話題の癒しペット」
「いま話題のダイエット本」
「いま話題の逆輸入ビジネス」

298. だから、〇〇

結果的にいきついたことが伝わる。
その前提にそれぞれが想像を膨らます。

「だから、テレビを捨てました」
「だから、主婦友は最高」
「だから、ビジネスはやめられない」

299. 〇〇の科学

一見、科学的ではないことに法則を見出すと、
再現性のあるノウハウに生まれ変わる。

「楽しい会話を科学する」
「リバウンドしないための科学」
「セールストークの科学」

300. 出でよ！〇〇

魔法が使えるとしたら、欲しいモノ。
それをポンと出してしまおう。

「出でよ！ストレスフリーの癒しグッズ」
「出でよ！カリスマ読者モデル」
「出でよ！次世代のビジネスリーダー」